



2025年3月期 通期決算説明資料

ペットゴー株式会社
証券コード：7140
2025年5月

Happy pet life, Happy world

日本では約 2 割の世帯が
犬猫と共に暮らしています

ペットは、私たちにとって家族と同じ
「かけがえのない存在」です

愛するペットがいつまでも健康で
そして長生きでいられるように

テクノロジーを駆使して
ペットの健康寿命を最大化していくことが
私たちの使命です



1. エグゼクティブサマリー

2. 2025年3月期通期実績

3. 2026年3月期業績予想

4. 中期成長戦略の進捗

5. 中期成長戦略サマリー

Appendix

1

1. エグゼクティブサマリー

2. 2025年3月期通期実績

3. 2026年3月期業績予想

4. 中期成長戦略の進捗

5. 中期成長戦略サマリー

Appendix

エグゼクティブサマリー：2025年3月期 通期

■売上高

- NB※¹は、一部NB（ロイヤルカナン食事療法食）の商流変更、利益重視の価格設定により減少（YoY83%）
- D2C※²は、“D2Cシフト”（品揃え拡充、オフラインチャネル展開等）が進捗し、大きく伸長（YoY142%）
- 結果、全社売上高は、前年同期比マイナスで着地（YoY91%）

■営業利益/営業利益率

- 一部NBの価格コントロールによって、売上総利益率が一時的に上昇
- “D2Cシフト”を加速するため、広告販促投資を強化し、営業利益は前年同期比マイナスで着地（YoY92%）

■来期業績予想

- 外部要因（一部NBの商流変更）により、NB売上高が大きく減少（前期比－2,921百万円）するものと予想
- 引き続き、“D2Cシフト”加速によりD2C売上高比率を高め、持続可能な事業構造への質的転換を推進
- 2026年3月期は、事業構造転換の過渡期となるため、営業損失171百万円と予想
- 新規領域への戦略的な取り組みとして、FLAFFYが2025年4月1日にグループジョイン
- 2025年6月末までに「事業計画及び成長可能性に関する事項」を公表予定

※1 NB National Brandの略。大手メーカーが全国規模で展開するブランド

※2 D2C Direct to Consumerの略。自ら企画、生産した商品を自社サイト等を通じて消費者に販売すること

決算ハイライト：2025年3月期 通期

NBは、一部NBの商流変更により大きく減少するも、D2Cは、成長戦略である“D2Cシフト”（品揃え拡充、オンラインチャネル展開等）が予定通り進捗し、大きく伸長

	2024年3月期 通期	2025年3月期 通期	YoY
全社売上高	9,905百万円	9,032百万円	91%
NB売上高	8,830百万円	7,371百万円	83%
D2C売上高	1,371百万円	1,950百万円	142%
営業利益	247百万円	228百万円	92%
営業利益率	2.5%	2.5%	—

注：上記NBとD2Cの売上高は、管理会計上の数値となり、合計値は全社売上高と一致しない

修正業績予想対比

売上高は、一部NBの商流変更を反映した修正後予想とほぼ変わらずも、営業利益は一部NBの利益重視の価格設定により、修正後予想を上振れて着地

	修正業績予想※1	2025年3月期 通期	予想比
全社売上高	8,931百万円	9,032百万円	101%
売上総利益	2,652百万円	2,807百万円	106%
売上総利益率	29.7%	31.1%	+1.4p
営業利益	158百万円	228百万円	144%
営業利益率	1.8%	2.5%	+0.7p
経常利益	156百万円	207百万円	132%
当期純利益	102百万円	128百万円	126%

※1 2024年11月に発表した業績予想

顧客基盤を活用した新規領域での戦略的な取組みとして、上場以来初となるM&Aを実行



概要

- FLAFFYが2025年4月1日付けでペットゴーグループにジョイン
- FLAFFYは、SNSを中心に20万人以上のフォロワーを抱える国内最大級のペットメディアを運営し、ペット関連企業のSNSマーケティング支援や、数万人が来場する国内最大規模のペットイベントの企画・運営を手がける

目的

- ペットコマースとペットメディアの融合により、新たな価値を創出し、「ペットのライフスタイルを幅広くカバーするプラットフォーム」として、ペット関連ビジネスの事業領域を拡大していくための戦略的な取り組み
- ペットゴーは、260万人を超えるユニーク購入者を抱えており、SNSマーケティングのノウハウを応用することで、収益力の強化や企業価値の向上に繋げる

その他

- ペットゴーとして、上場後初めてのM&A
- 連結業績へは、2026年3月期から寄与

参考：FLAFFYの“ペットもヒトも一緒に楽しめる”イベント動画



2.

1. エグゼクティブサマリー

2. 2025年3月期通期実績

3. 2026年3月期業績予想

4. 中期成長戦略の進捗

5. 中期成長戦略サマリー

Appendix

2025年3月期 通期実績

外部要因（一部NBの商流変更）によるNB売上減が影響し、売上高は前年同期比マイナスで着地。NBの価格コントロールによって売上総利益率が上昇したが、“D2Cシフト”を加速するための広告販促投資を強化した結果、営業利益は前年同期比マイナスで着地

（単位：百万円）

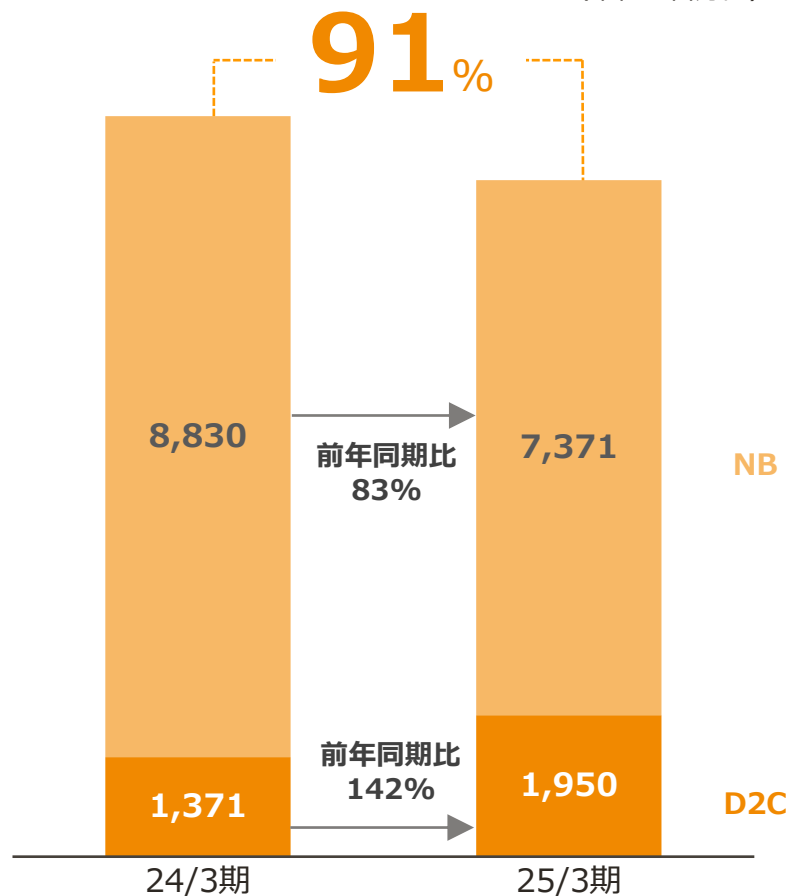
	2024年3月期	2025年3月期	増減額	YoY
売上高	9,905	9,032	-873	91%
売上総利益	2,765	2,807	41	102%
売上総利益率	27.9%	31.1%	+3.2pt	
営業利益	247	228	-18	92%
営業利益率	2.5%	2.5%	—	
経常利益	241	207	-33	86%
当期純利益	172	128	-43	74%

ブランド別売上高

“D2Cシフト”（品揃え拡充、オンラインチャネル展開等）が予定通り進捗し、D2C比率増加。
NBは、一部NBの商流変更により大きく減少

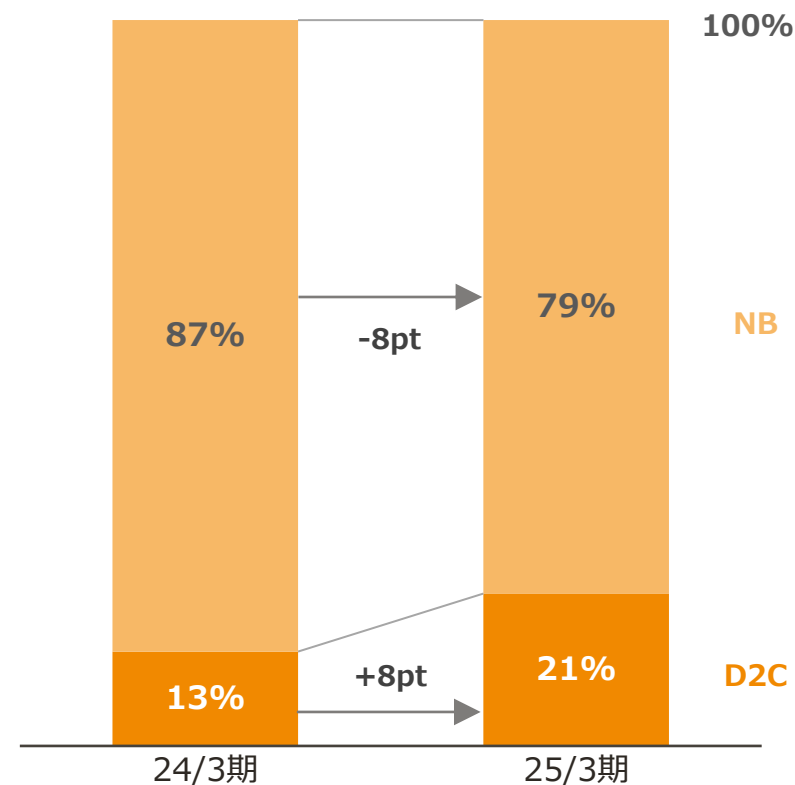
ブランド別売上高

(単位：百万円)



ブランド別売上構成比

(単位：%)

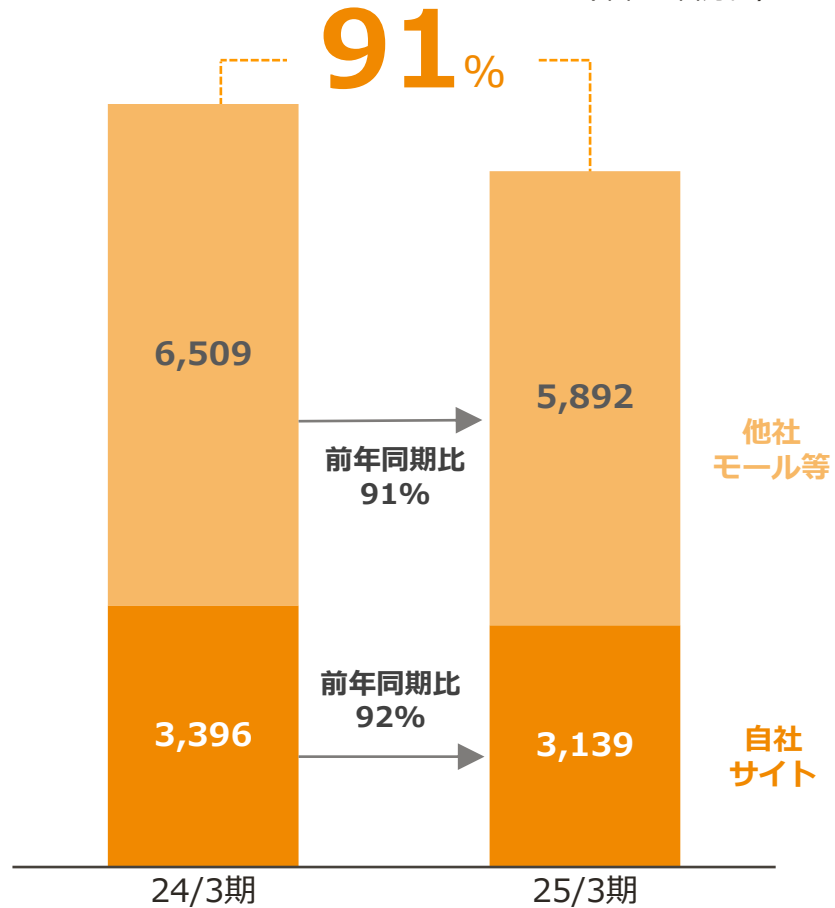


チャネル別売上高

自社サイト、他社モール等共に、一部NBの商流変更が影響し減収

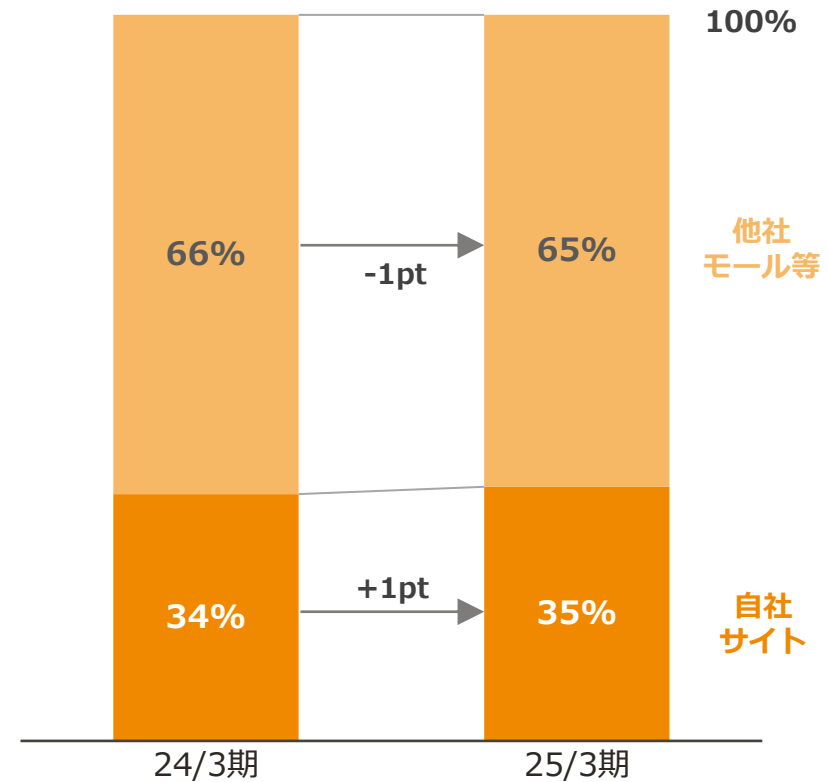
チャネル別売上高

(単位：百万円)



チャネル別売上構成比

(単位：%)

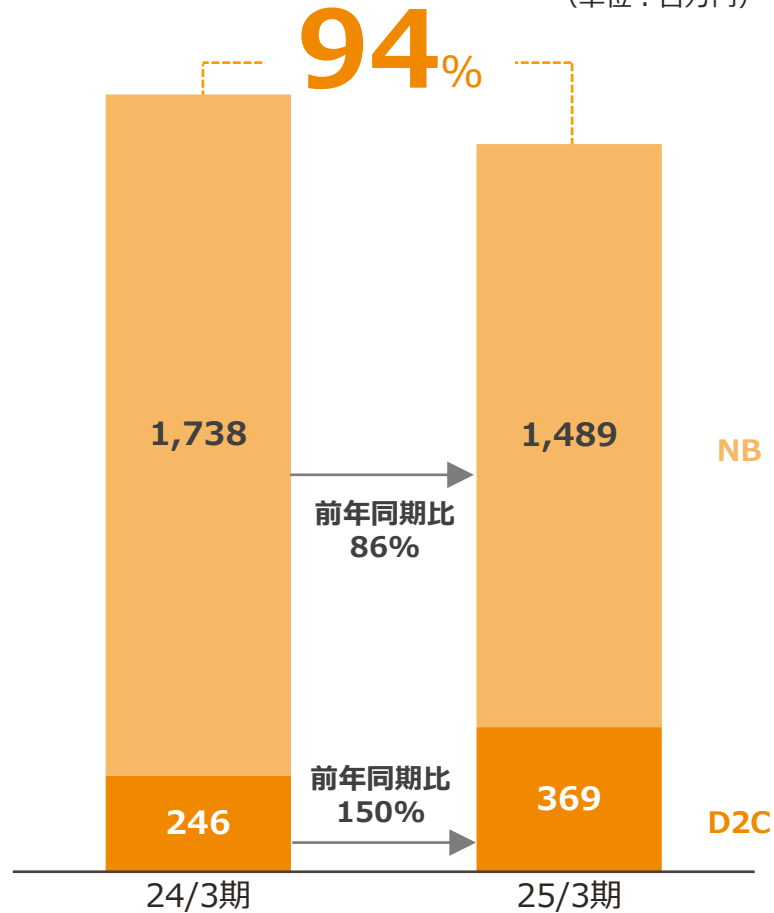


ブランド別サブスク売上高

一部NBの商流変更が影響し、NB売上高は減収。D2Cは“D2Cシフト”により大きく伸長し、D2C比率も増加

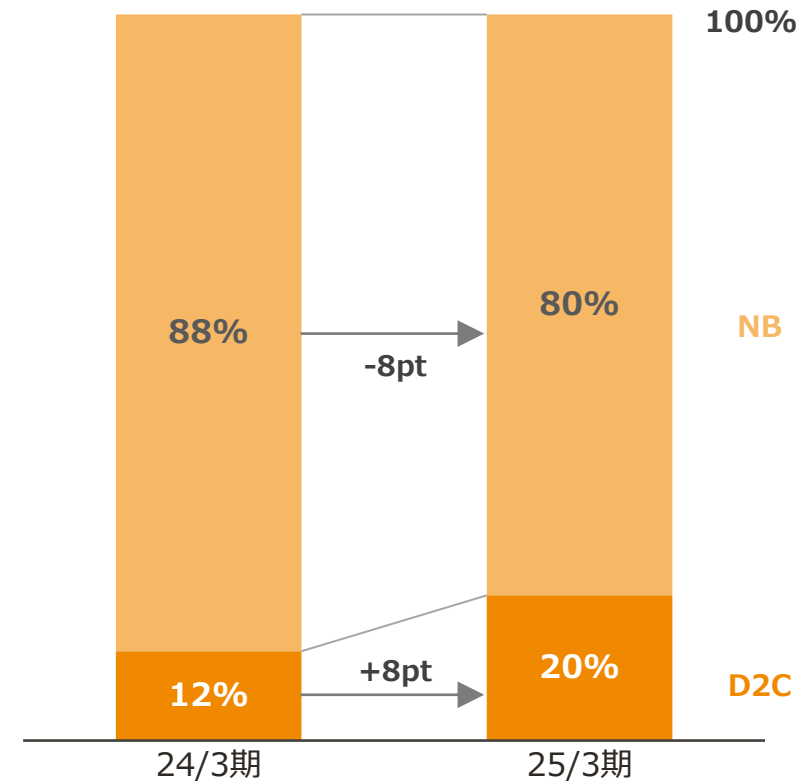
ブランド別サブスク売上高

(単位：百万円)



ブランド別サブスク売上高比率

(単位：%)

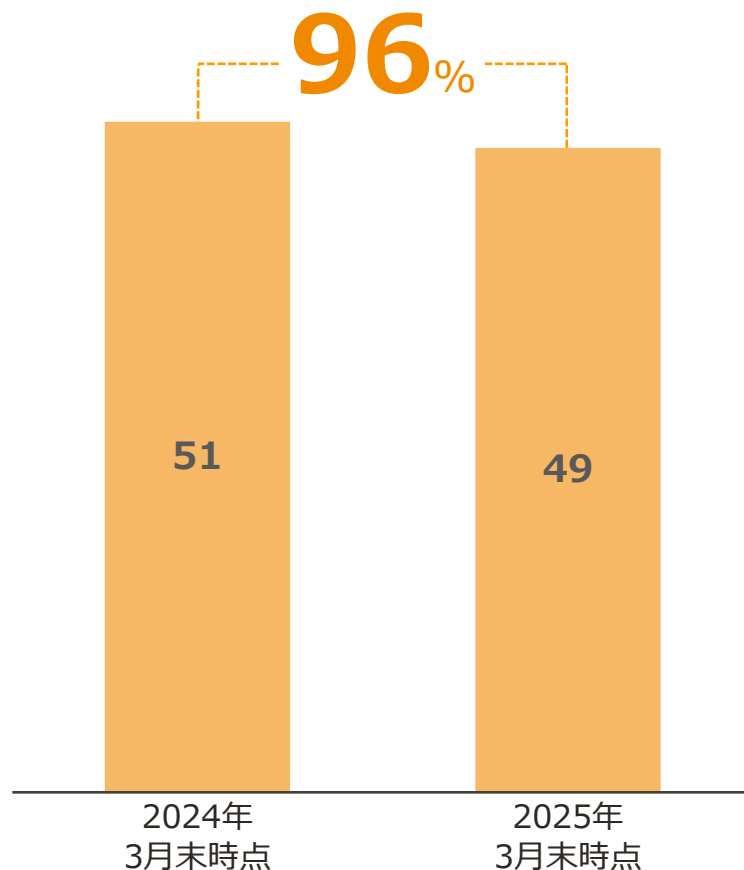


購入者数

一部NBの商流変更が影響し、アクティブ購入者は前年同月比較で減少

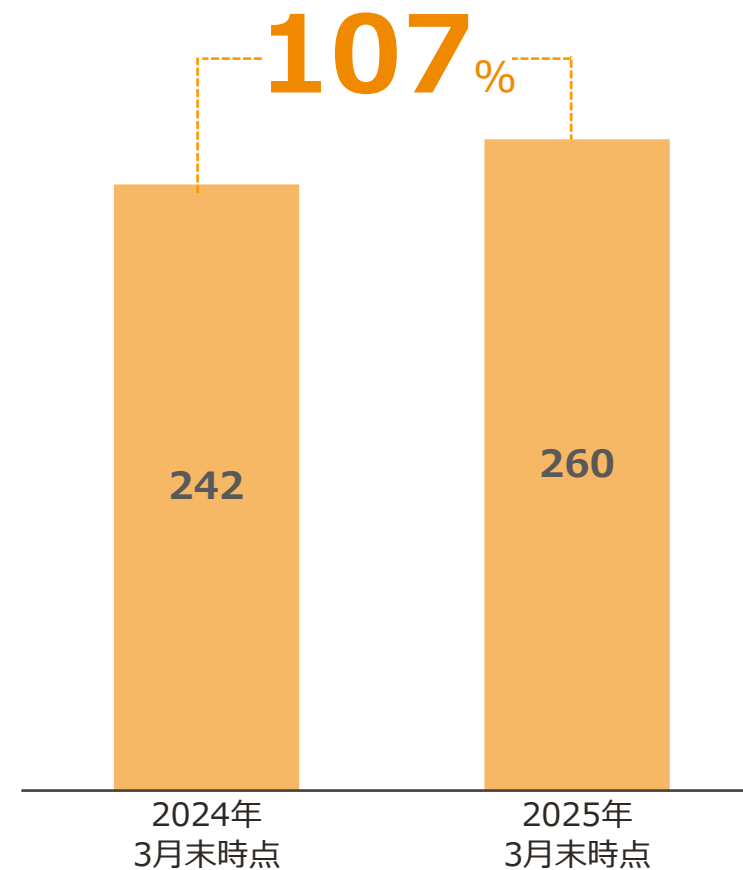
アクティブ購入者数※1

(単位：万人)



累計ユニーク購入者数※2

(単位：万人)



※1 過去1年間に於いて当社のいずれかのオンライン店舗を1回以上利用した顧客数のこと

※2 当社をいずれかのオンライン店舗で利用した顧客数のこと。同じ顧客が年もしくは累計で期間内に何度購入されても、また複数の店舗を併用してもカウント数は1

販管費及び一般管理費

成長戦略である“D2Cシフト”加速のために、戦略投資を強化

(単位：百万円)

	2024年3月期	2025年3月期	増減額	YoY
販売費及び一般管理費	2,518	2,578	60	102%
変動費	1,460	1,428	-31	98%
戦略投資	243	279	36	115%
その他固定費	815	870	55	107%
戦略投資の詳細※1				
広告費	202	209	7	103%
販促費	35	54	19	157%
研究開発費	5	15	9	261%
クーポン・ポイント	393	331	-61	84%

※1 クーポン・ポイントは売上高から差し引いているため、合計値は上段の「戦略投資」と一致しない

貸借対照表

固定資産の割合が低いアセットライトな経営を継続

(単位：百万円)

	2024年3月期	2025年3月期	増減額	前期末比
資産合計	3,299	3,310	11	100%
L 流動資産	3,237	3,213	-23	99%
L 固定資産	62	96	34	155%
負債合計	2,175	2,084	-91	96%
L 流動負債	2,147	1,776	-371	83%
L 固定負債	28	307	279	1,098%
純資産合計	1,123	1,226	102	109%
負債純資産合計	3,299	3,310	11	100%
自己資本比率	34.1%	37.0%	+3.0pt	

3.

1. エグゼクティブサマリー

2. 2025年3月期通期実績

3. 2026年3月期業績予想

4. 中期成長戦略の進捗

5. 中期成長戦略サマリー

Appendix

2026年3月期 通期業績予想

外部要因（一部NBの商流変更）によるNB売上高減少と、“D2Cシフト”加速に向けた広告販促投資等の強化により、2026年3月期は事業構造転換の過渡期となるため、営業損失171百万円と予想

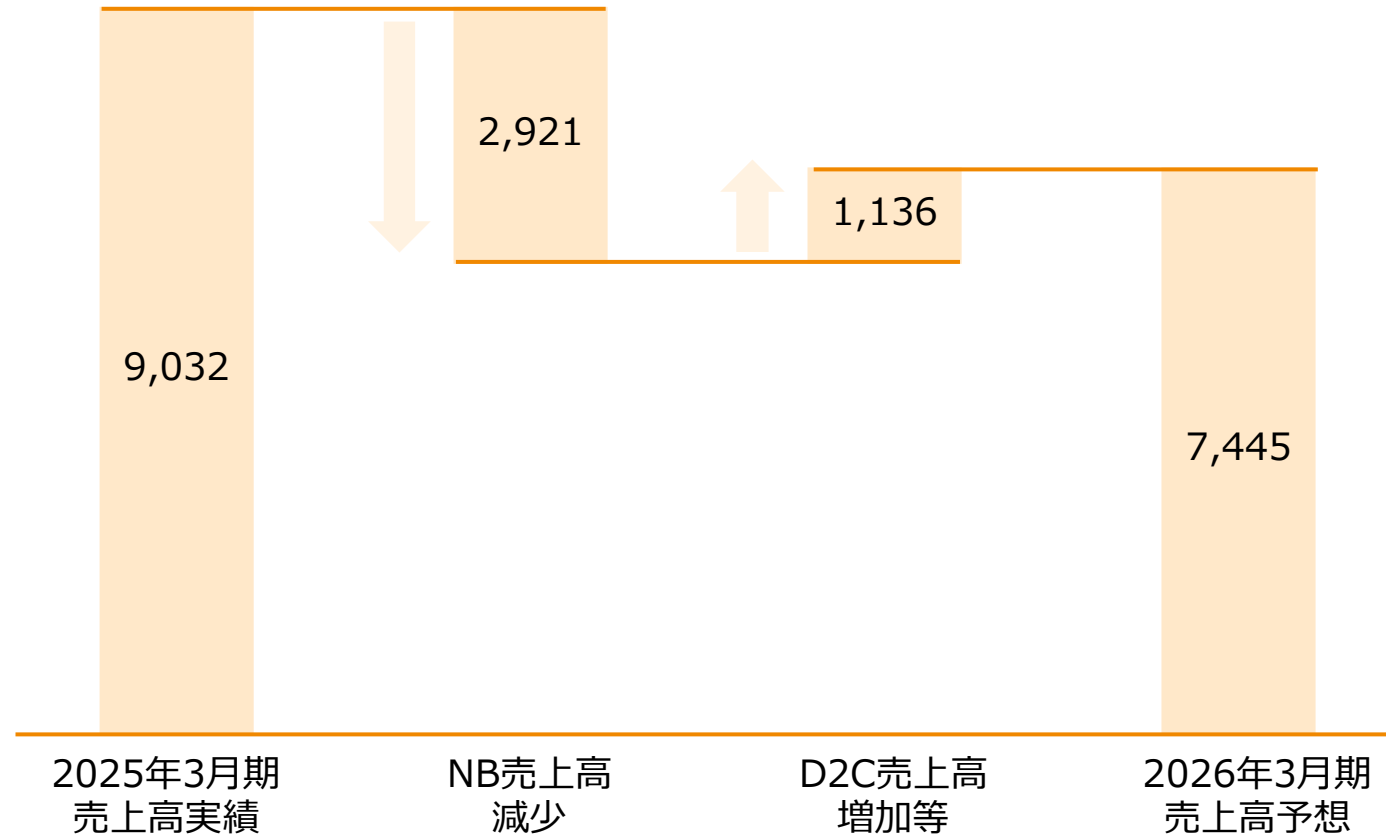
	2025年3月期 通期実績	2026年3月期 通期予想	YoY
全社売上高	9,032百万円	7,445百万円	86%
NB	7,371百万円	4,451百万円	60%
D2C	1,950百万円	3,086百万円	158%
営業利益	228百万円	-171百万円	—
営業利益率	2.5%	-2.3%	-4.8pt

なお、上記NBとD2Cの売上高は、管理会計上の数値となり、合計値は全社売上高と一致しない

2026年3月期業績予想における売上高増減

“D2Cシフト”により、D2Cが大きく成長すると見込まれるものの、外部要因（一部NBの商流変更）で、NBが大きく減少（約30億円）すると予想

（単位：百万円）



外部要因：一部NBのチャネル別販売制限について

ロイヤルカナンジャパン合同会社の食事療法食ブランド（以下、本件NB）は、2024年10月以降、
①動物病院と②メーカー公式・認定オンラインストアのみに販売を制限

○販売可

×販売不可

2024年9月まで

①「動物病院」

②「メーカー公式オンラインストア」

③「①②以外のその他オンラインストア」
（大手ECモール、ペット専門EC等）

④「①②以外のその他オフラインストア」
（ホームセンター、ペットショップ、
ドラッグストア等）

2024年10月以降

①「動物病院」

②「メーカー公式・認定オンラインストア」

③「①②以外のその他オンラインストア」
（大手ECモール、ペット専門EC等）

④「①②以外のその他オフラインストア」
（ホームセンター、ペットショップ、
ドラッグストア等）

当社動物病院で
販売可能

当社が認定されるべく
引き続き交渉中

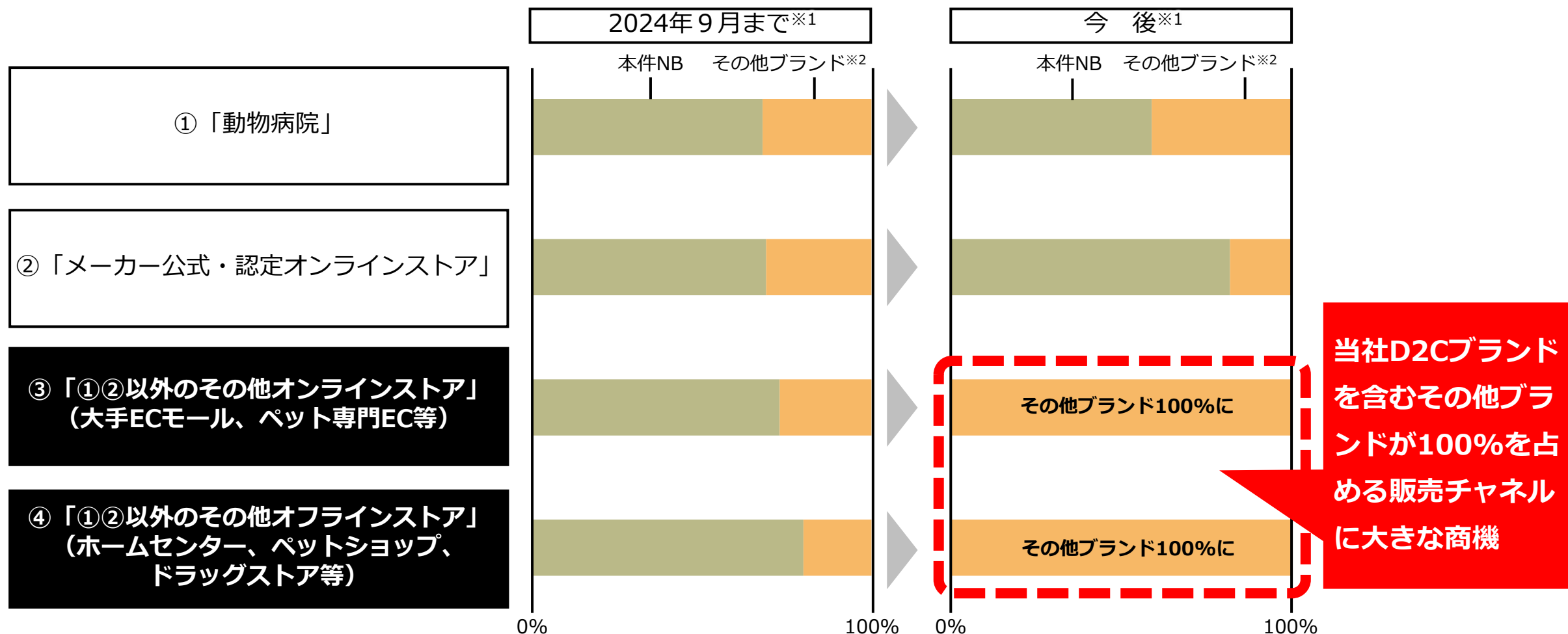
当社含め全ての
店舗で販売停止

当社含め全ての
店舗で販売停止

今後の食事療法食市場における販売チャネル別ブランドシェア

③その他オンラインストア、④その他オフラインストアにおいて、当社D2Cブランドを含む
その他ブランドのシェアが大きく変化するものと想定

イメージ



当社D2Cブランド
を含むその他ブラ
ンドが100%を占
める販売チャネル
に大きな商機

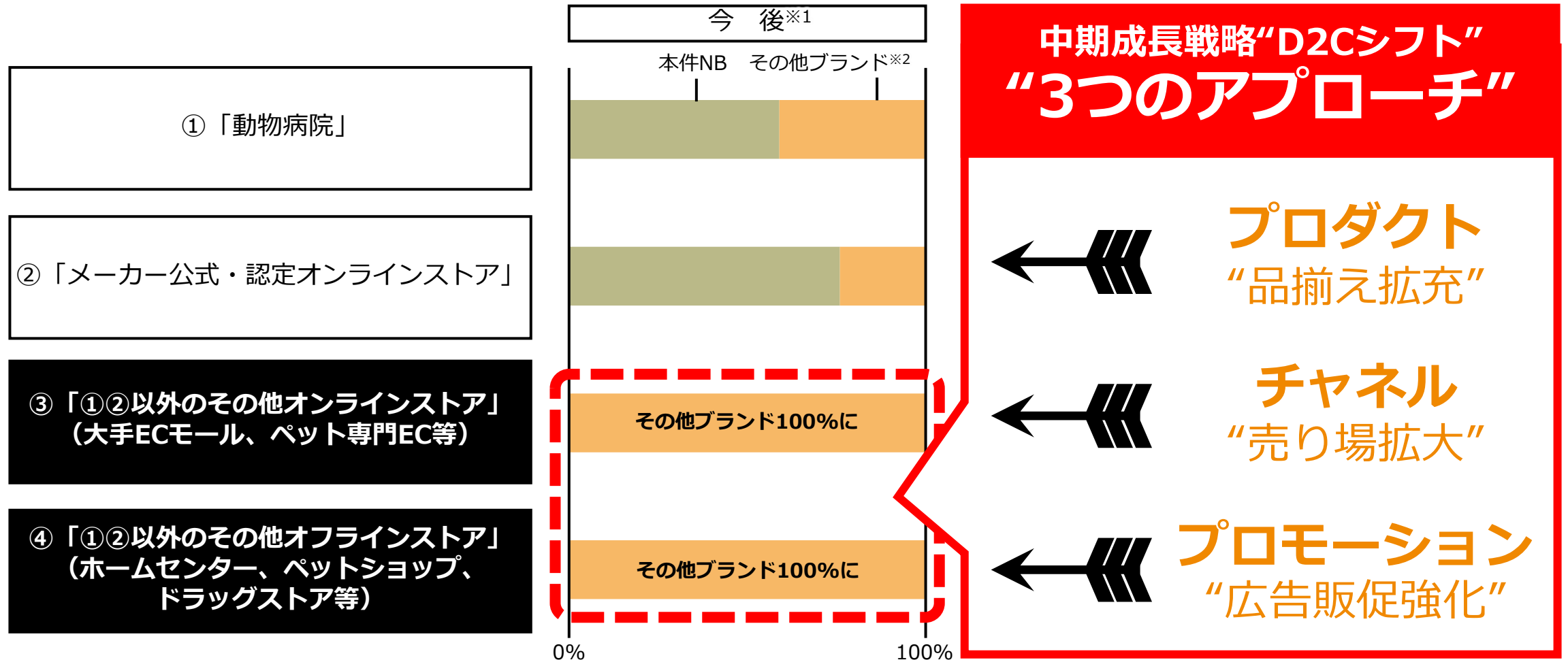
※1 当社試算

※2 当社D2Cブランド含む

中期成長戦略“D2Cシフト”を加速

③その他オンラインストア、④その他オフラインストアに対し、「D2Cシフト」を加速。
品揃え拡充と売り場拡大含め、積極的にD2Cシフトを推進

イメージ

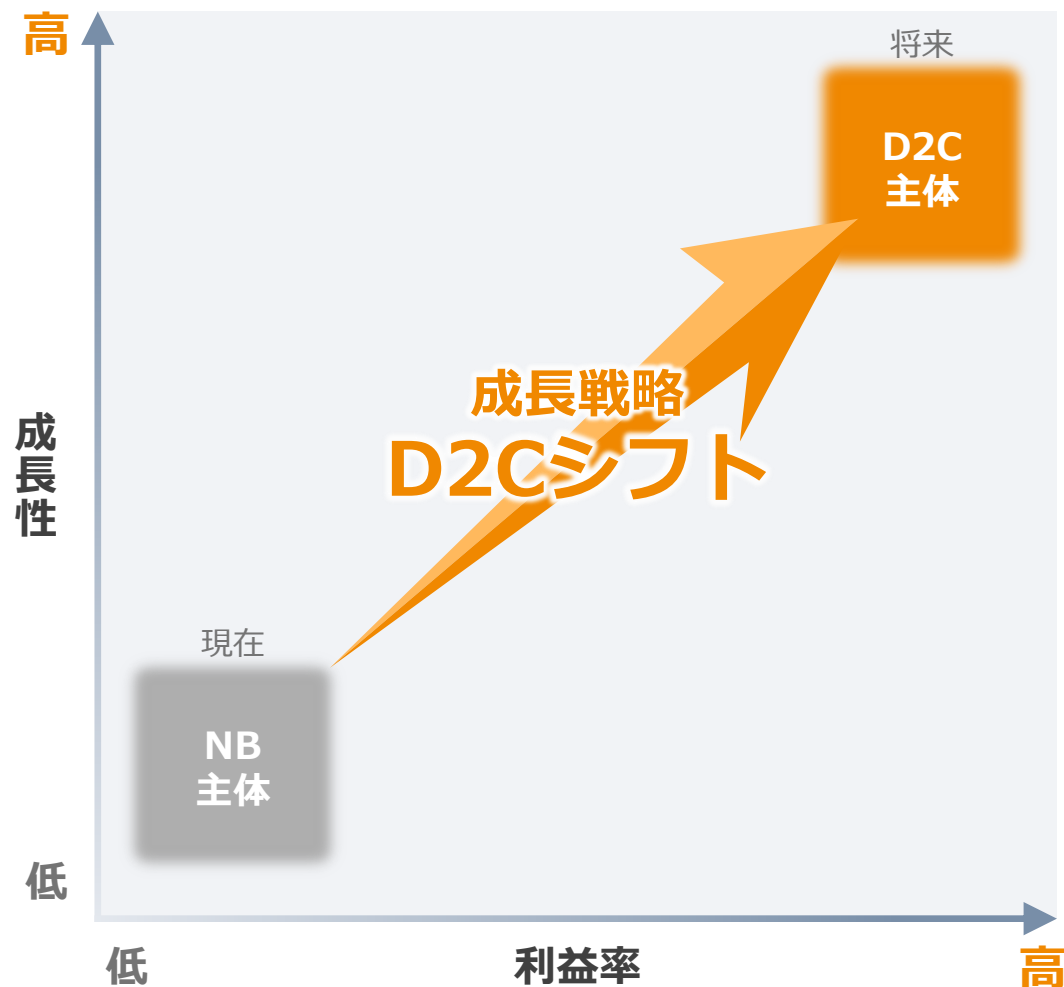
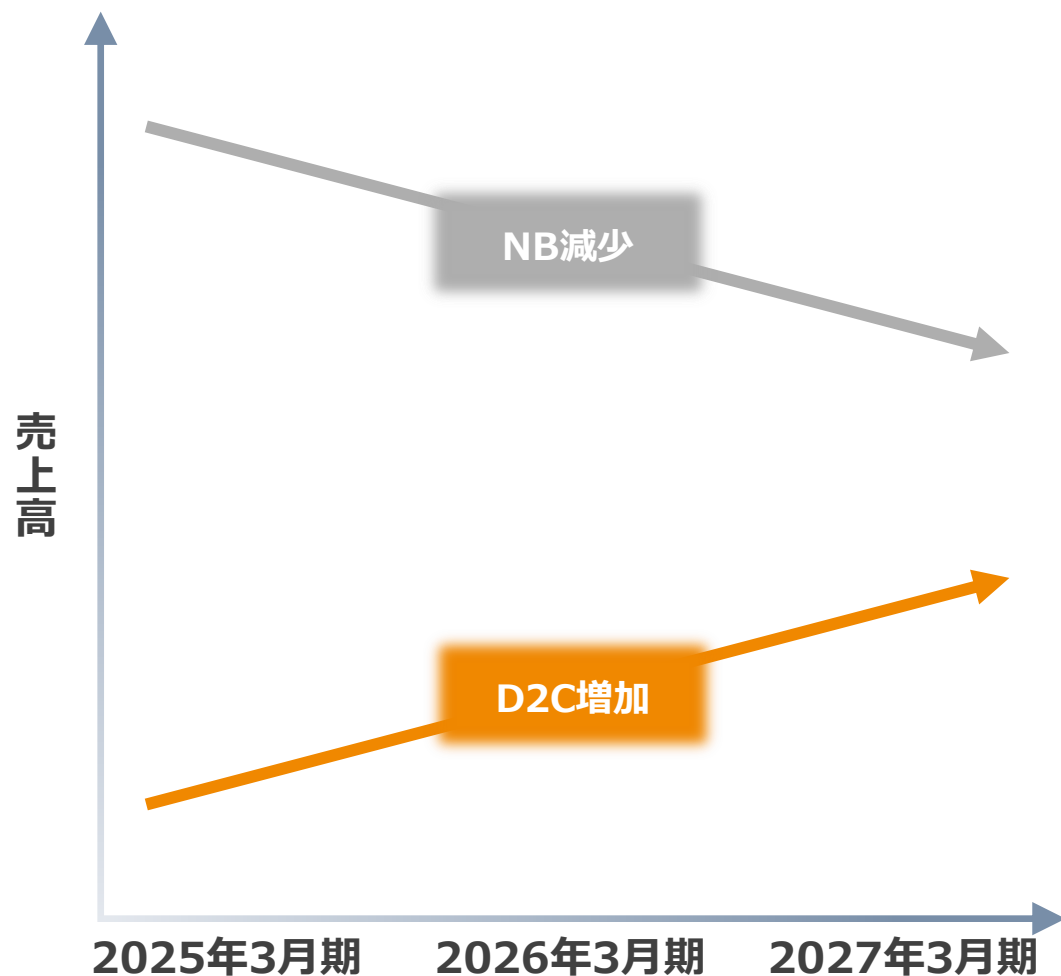


※1 当社試算
※2 当社D2Cブランド含む

中期での方向性

D2C主体の成長（“D2Cシフト”）に舵を切り、持続可能な事業構造への質的転換を推進。
2026年3月期は事業構造転換の過渡期となるフェーズ

ブランド別売上高推移イメージ



4.

1. エグゼクティブサマリー
2. 2025年3月期通期実績
3. 2026年3月期業績予想

4. 中期成長戦略の進捗

5. 中期成長戦略サマリー

Appendix

3力年中期成長戦略 中期成長戦略の進捗トピック

中期成長戦略実現に向けた施策を実行

- 1 D2Cブランド食事療法食・ノミマダニ駆除薬の品揃えを拡大
- 2 D2Cブランドのオンライン新規3店舗出店 & 他社モールでのサブスクを開始
- 3 D2Cブランド食事療法食をオフラインチャネル約1,200店舗へ展開
- 4 保護団体の犬猫を支援するソーシャルギフトサービスを開始
- 5 新規領域への戦略的な取組みとして、上場以来初となるM&Aを実行

3カ年中期成長戦略 D2Cシフト実現に向けたアプローチ

“D2Cシフト”を加速するための3つのアプローチ

Channel
チャネル

Product
プロダクト

中期成長戦略
D2Cシフト

Promotion
プロモーション

3力年中期成長戦略 2025年3月期における進捗

計画した施策を全て遂行。品揃え拡充と売り場拡大含め、積極的に“D2Cシフト”を加速

プロダクト

“品揃え拡充”

1 実施済 エントリーモデルの投入

既製品のお試し少量パッケージを開発。
D2Cブランドの新規利用者獲得を狙う

2 実施済 未対応疾患での新規製品開発

未対応疾患に対応する製品を新規開発。
未アプローチ顧客の獲得を狙う

3 実施済 ドライ製品以外への対応

形状の異なる機能性フードの開発により、
D2Cブランドでの囲い込みを狙う

チャネル

“売り場拡大”

1 実施済 D2Cブランドストアの新規出店

認知度向上に向け、D2Cブランド特化型
店舗をオンラインで新規出店

2 実施済 D2Cブランドのサブスク拡張

自社オンラインストアに加え、他社
オンラインモールにもサブスクを展開

3 実施済 D2Cブランドのオフライン拡張

ホームセンター等のオフラインチャネル
におけるD2Cブランド展開を強化

プロモーション

“広告販促強化”

1 実施済 D2Cブランドへの広告投資強化

D2Cブランドへの広告投資を強化し、
認知度向上に向けた露出を拡大

2 実施済 D2Cブランドへの販促投資強化

クーポン等によるD2Cブランドへの
販促投資を強化し、サブスクを拡大

3 実施済 ソーシャルギフト対応

保護団体などへの物資支援需要に対応し、
自社サイトでのソーシャル
ギフト機能を開発

D2Cブランドの品揃え拡充を一段と強化

例：
機能性フードにおける
製品ラインナップの拡がり

サイズ容量

機能性
(疾患など)

形状

重点施策

1 エントリーモデルの投入

既製品のお試し少量パッケージを開発。
D2Cブランドの新規利用者獲得を狙う

2 未対応疾患での新規製品開発

未対応疾患に対応する製品を新規開発。
未アプローチ顧客の獲得を狙う

3 ドライ製品以外への対応

形状の異なる機能性フードの開発により、
D2Cブランドでの囲い込みを狙う

2025年3月期：プロダクトの進捗

大手NBに匹敵する品揃え実現のため、SKU大幅拡充に向けて上市を加速

	20/3期	21/3期	22/3期	23/3期	24/3期	25/3期
機能性 フード	4SKU 	8SKU 	計23SKU 3SKU 	6SKU 	2SKU 	計33SKU を上市 ・ エントリーモデル ・ ドライ新製品 ・ ウェット新製品
動物用 医薬品等	小型犬・中型犬・ 猫用6本 	小型犬・中型犬・ 猫用3本 	計13SKU 大型犬用3本・ 6本 		薬用シャンプー 	計4SKU を上市 ・ エントリーモデル ※ 犬用XS・S・M、猫用1本

D2Cブランドストア、サブスク展開拡張、オフライン展開拡大により、チャンネル展開を強化



重点施策

1 D2Cブランドストアの新規出店

認知度向上に向け、D2Cブランド特化型店舗をオンラインで新規出店

2 D2Cブランドのサブスク拡張

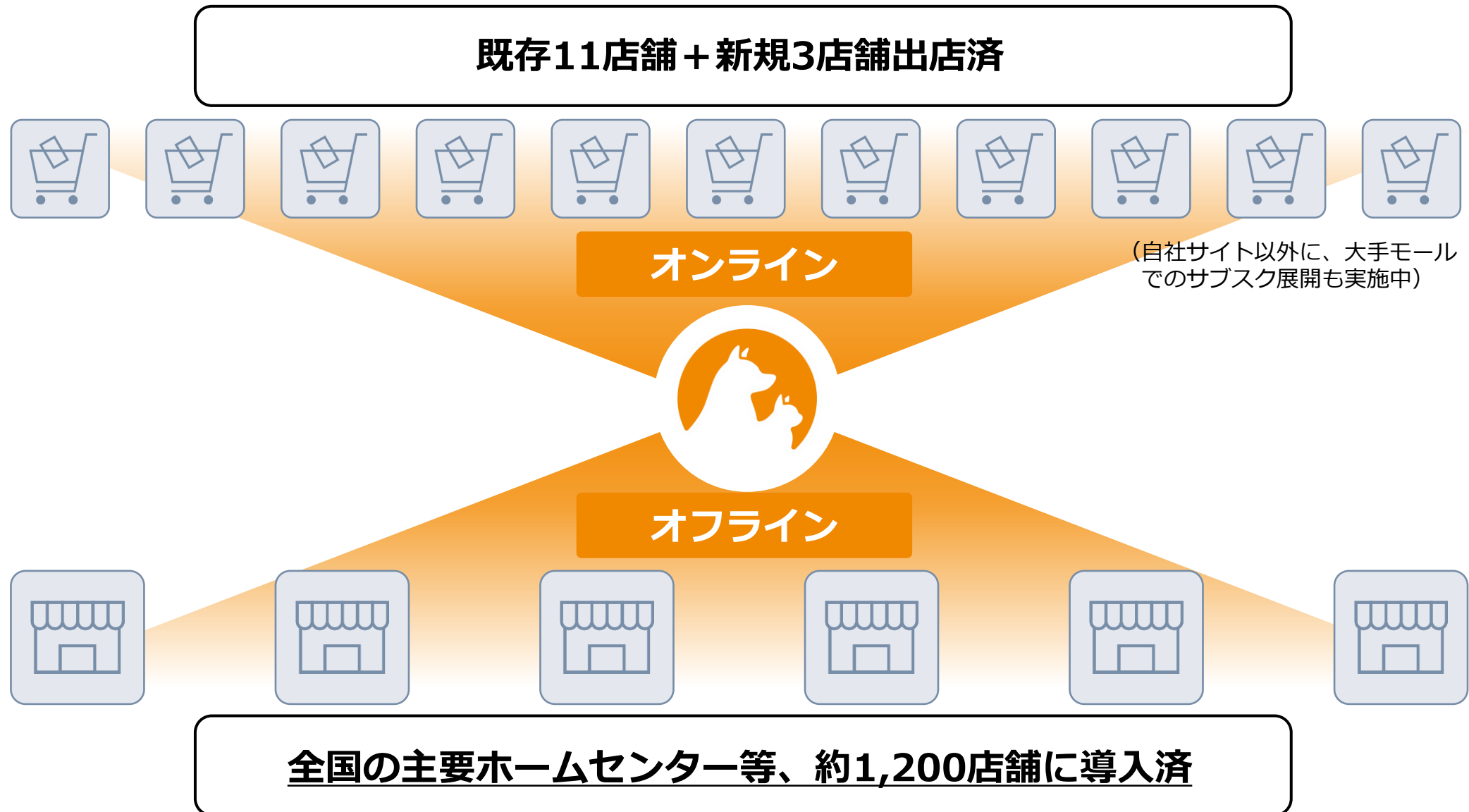
自社オンラインストアに加え、他社オンラインモールにもサブスクを展開

3 D2Cブランドのオフライン拡張

ホームセンター等のオフラインチャンネルにおけるD2Cブランド展開を強化

2025年3月期：チャネルの進捗

オンラインだけでなく、オフラインにもD2Cブランドの導入を加速



2025年3月期：オフラインチャネル展開の進捗

「ベッツワン」の食事療法食「ベッツワンベテリナリー」を全国の犬猫の飼い主の皆様に身近な店舗でご購入頂けるよう、約1,200店舗で本格的に販売を開始

【食事療法食ベッツワンベテリナリー】

VETS One
VETERINARY



【ベッツワンベテリナリー販売店】

CAINZ

パワー
コジマ

DCM

TRIAL

KOJIMA

コーナン

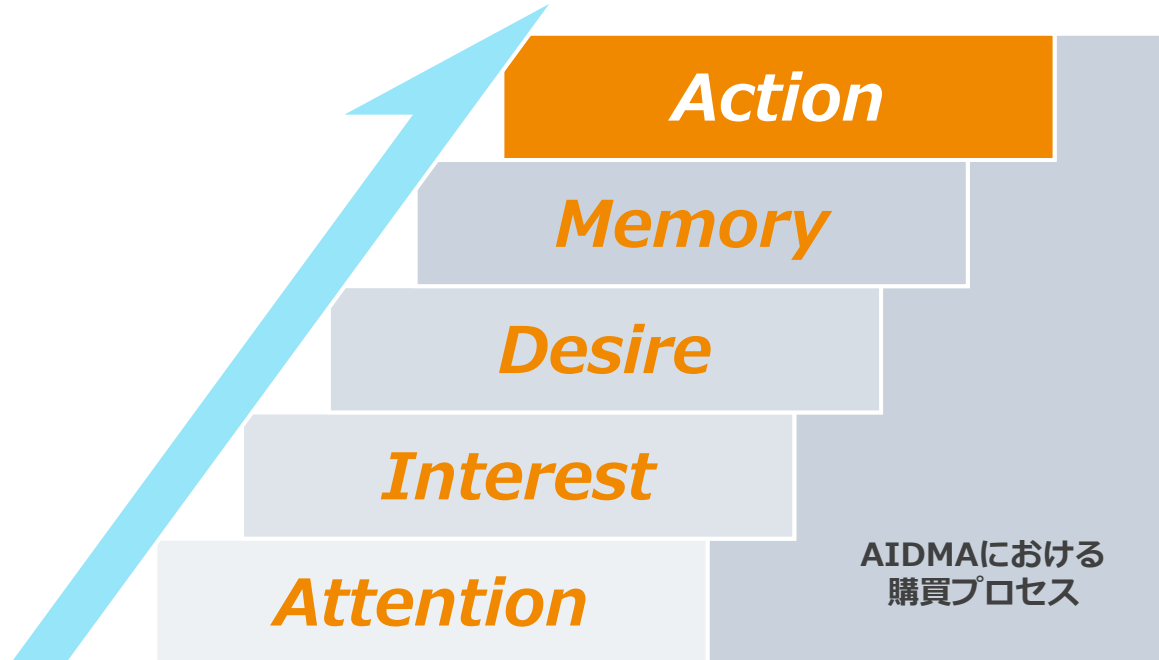
(50音順) ※一部店舗を除く

※1 詳細は2025年1月31日発表の下記開示資料を参照

<https://contents.xj-storage.jp/xcontents/AS08203/15441f0f/522b/4e1f/9a39/819816ee25c0/140120250131559843.pdf>

NBからD2Cへのスイッチを強化し、D2Cブランドの利用者数増に向けた取り組みを推進

NBからD2Cへのスイッチを強化。
LTV向上に向け、サブスク購入者を拡大



重点施策

1 D2Cブランドへの広告投資強化

D2Cブランドへの広告投資を強化し、
認知度向上に向けた露出を拡大

2 D2Cブランドへの販促投資強化

クーポン等によるD2Cブランドへの
販促投資を強化し、サブスクを拡大

3 ソーシャルギフト対応

保護団体への物資支援需要に対応し、
自社オンラインサイトでのソーシャル
ギフト機能を開発

2025年3月期：プロモーションの進捗

犬猫の保護団体と連携し、飼い主の方も、飼い主でない方も、保護団体に支援物資を贈ることができるソーシャルギフトサービスを開始

犬猫の保護団体に支援物資を贈れる



1 支援したい団体の
「ほしい物リスト」を見る

2 支援したい商品を
カートに入れて、購入する※

3 団体に商品が送られる

※お届け先は団体の住所が自動で設定されます

フード・医薬品
などの支援物資

犬猫の保護団体
(現在31団体が参加)



5.

1. エグゼクティブサマリー
2. 2025年3月期通期実績
3. 2026年3月期業績予想
4. 中期成長戦略の進捗

5. 中期成長戦略サマリー

Appendix

3カ年中期成長戦略：2025年3月期～2027年3月期

今後の持続可能な成長に向けた布石を打つフェーズ

成長戦略

“D2Cシフト”

D2Cブランドに本格的に経営資源を集中

財務目標

営業利益率を2027年3月期に5%を目指す

経営指標

全社売上高、D2Cブランド売上高、営業利益率

※成長戦略“D2Cシフト”の進捗を把握するため、
「D2Cブランド売上高」と「営業利益率」を経営指標に設定。
※「アクティブ購入者数」「累計ユニーク購入者数」は、
NB商品とD2C製品の合算値であるため、2025年3月期より上記に変更。

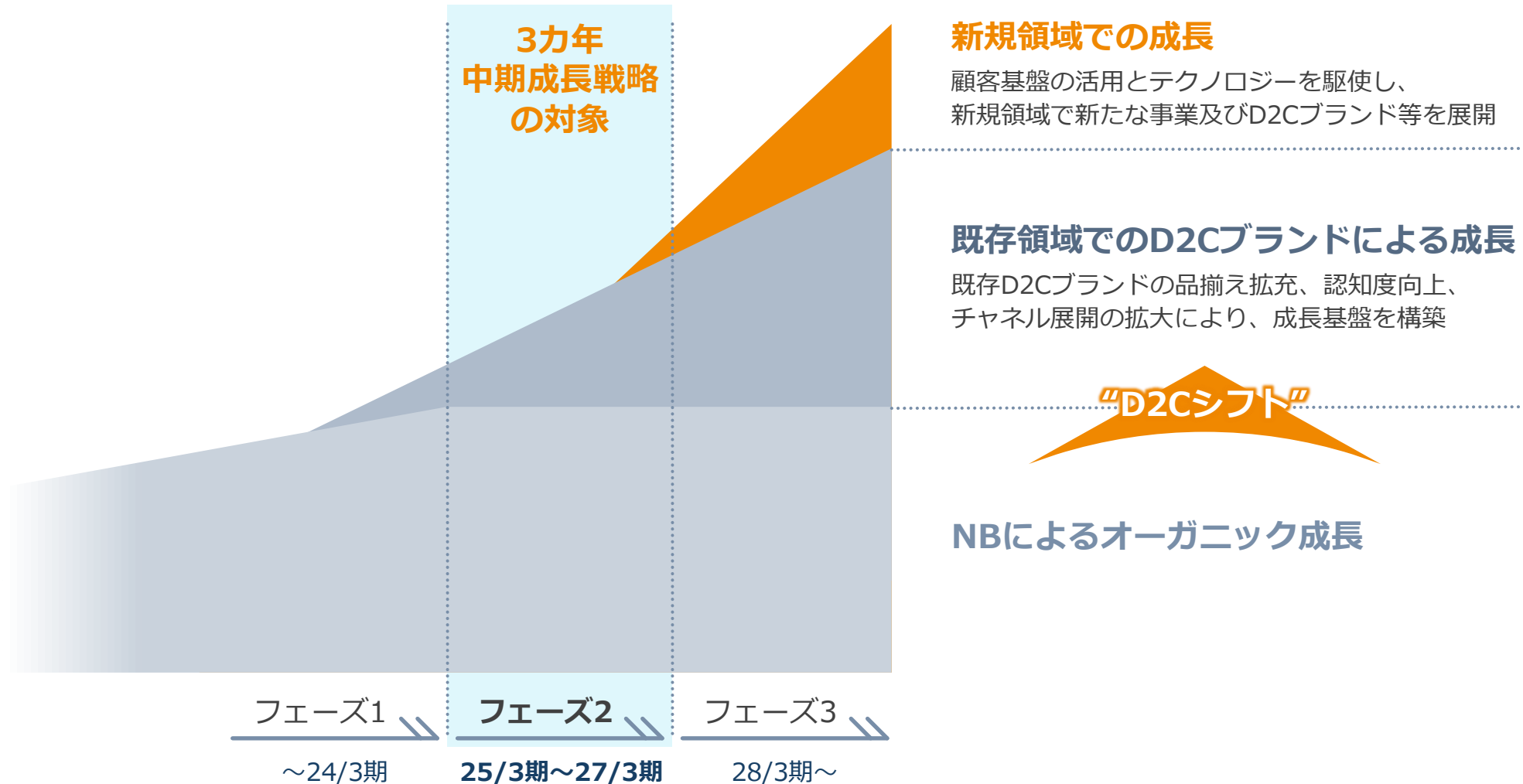
3力年中期成長戦略 “D2Cシフト”

NB主体の事業構造は、NB側の戦略により当社業績が左右される影響度合いが大きい。そのためD2Cブランドを主体とした事業構造にシフトしていくことにより、高い成長性・利益率への質的転換を推進していく



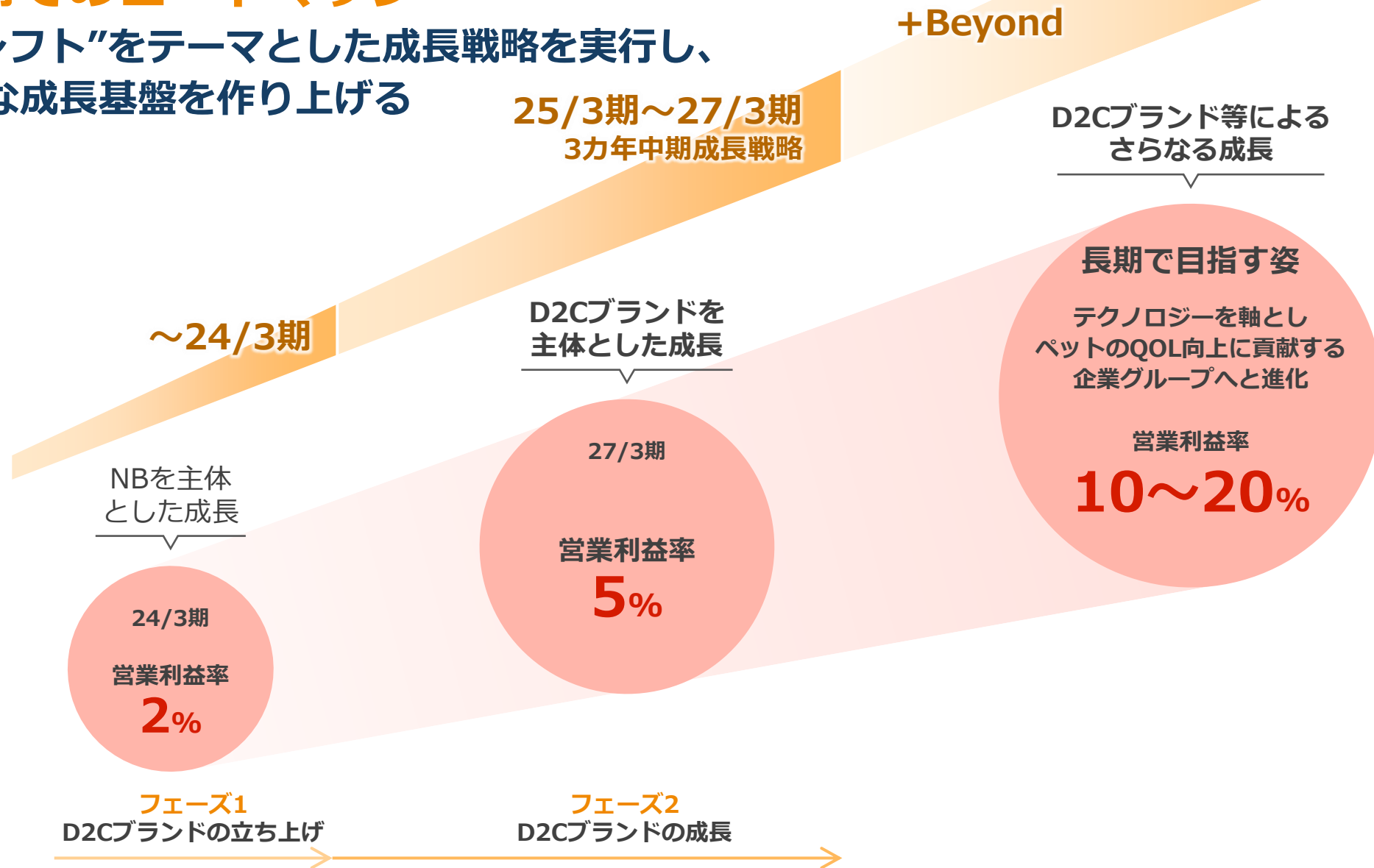
今後の成長イメージ

NB主体から、D2Cブランド主体の成長に舵を切り、持続可能な事業構造への質的転換を推進



中長期でのロードマップ

“D2Cシフト”をテーマとした成長戦略を実行し、
長期的な成長基盤を作り上げる



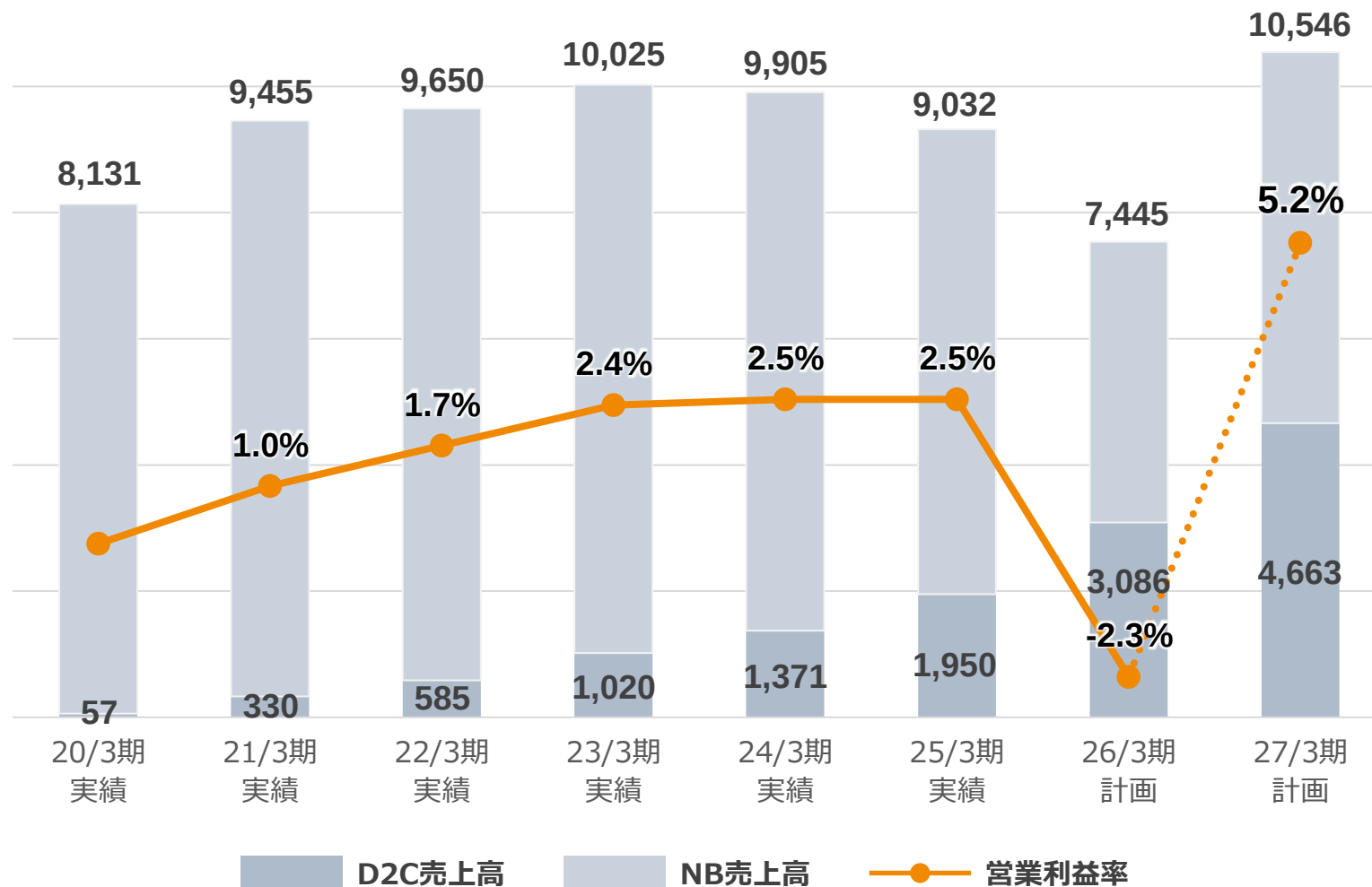
※中長期的に当社が目指す財務KPIを経営の方針として示すものであり、具体的な計画を表すものではありません。

中期計画数値イメージ

“D2Cシフト”を加速し、2027年3月期の営業利益率5%を目指す

売上高と営業利益率の成長イメージ

(単位：百万円)



株主の皆様の日頃のご支援に感謝するとともに、当社グループの事業内容へのご理解を一層深めて頂くことを目的に株主優待制度を2025年3月期より新設

■ 優待内容

2025年3月31日現在の株主名簿に記載または記録された1単元（100株）以上保有の株主様を対象に

ペットゴーポイント 5,000 ポイント※ を贈呈

※ペットゴー株式会社が自社サイトで提供しているポイントサービス。ポイントは、1ポイント=1円分として使用できます。

※ポイントの使用期間は、ポイント付与から6ヶ月間となります。

※ポイントは、犬猫の保護団体を支援する「ADOPTION PARK GIFT」でもご利用頂けます。

■ 対象

毎年3月31日の株主名簿に記載または記録された1単元（100株）以上保有の株主様

■ 贈呈時期

権利確定日から3ヶ月以内を目処に「株主優待のご案内」をお送りします

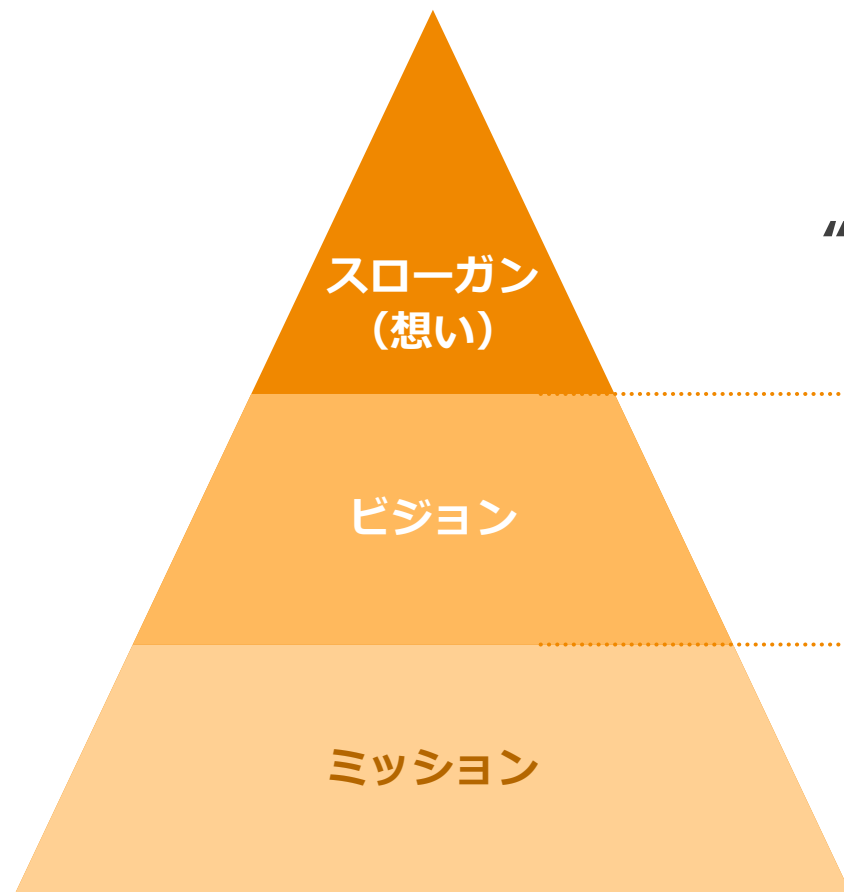
※毎年6月に発送する「定時株主総会招集ご通知」に同封予定です。

■ 利用方法

当社ショッピングサイト（petgo.jp）への会員登録後、マイページのサイドメニューより「株主優待引換番号」をご入力ください。「株主優待引換番号」をご入力頂くことで、ポイントが発行され、当社ショッピングサイトでのご利用が可能となります。

1. エグゼクティブサマリー
2. 2025年3月期通期実績
3. 2026年3月期業績予想
4. 中期成長戦略の進捗
5. 中期成長戦略サマリー

Appendix



“ハッピーペットライフ・ハッピーワールド”
ペットライフを幸せに・世の中を幸せに

ペットのQOL※1向上

テクノロジーを駆使して
ペットの健康寿命※2を最大化

※1 ペットの生活が健康で豊かであることの指標となる概念

※2 ペットが元気に活動的に生活できる期間

企業概要

会社名	ペットゴー株式会社
所在地	東京都中野区本町1-32-2
設立	2004年11月17日
事業内容	ペットヘルスケア事業
代表者	代表取締役社長 黒澤 弘
従業員数	48名（2025年3月末時点）
関連会社	株式会社FLAFFY ペットゴープロダクツ株式会社

沿革

- 2004.11 東京都新宿区で創業
- 2005.2 ペットゴー（petgo.jp）で通販開始
- 2005.3 楽天市場へ出店
- 2005.4 Yahoo!ショッピングへ出店
- 2007.4 Amazon.co.jpへ出店
- 2008.3 ペットヘルス領域に進出
- 2011.10 当日発送開始
- 2013.4 サブスクコマース（定期購入）開始
- 2016.7 中野区に本社移転
- 2017.2 神奈川県厚木市酒井に物流拠点移転
- 2019.10 スマホアプリ提供開始
- 2020.4 D2Cブランド「ベッツワン」発売開始
- 2022.4 東証グロース市場に株式上場
- 2025.4 株式会社FLAFFYがペットゴーグループにジョイン



VETSOne





黒澤 弘 / 代表取締役社長(CEO)

- 1971年 忠犬ハチ公の生まれ故郷である秋田県大館市に生まれる
- 1994年 住友商事(株)入社
- 2000年 McKinsey&Company入社
- 2004年 当社設立 代表取締役就任
- 2025年 (株)FLAFFY取締役就任



小出 文彦 / 取締役副社長(CTO)

- 2001年 (株)アルファシステムズ入社
- 2005年 楽天(株)入社
- 2006年 当社入社
- 2008年 当社取締役就任
- 2023年 当社副社長就任



佐藤 建史 / 取締役(CFO)

- 2009年 EY新日本有限責任監査法人入所
- 2015年 ジャパン・ビジネス・アシュアランス(株)入社
- 2017年トライオン(株)入社
- 2018年 当社入社
- 2018年 当社経営企画部長就任
- 2023年 当社取締役就任

百田 功 / 取締役（監査等委員）

- 1970年 住友商事(株)入社
- 2004年 IIJ America Inc. President& CEO就任
- 2007年 (株)ハイホー代表取締役就任
- 2016年 当社社外監査役就任
- 2019年 当社社外取締役監査等委員就任
- 2025年 (株)FLAFFY監査役就任

藤池 智則 / 取締役（監査等委員）

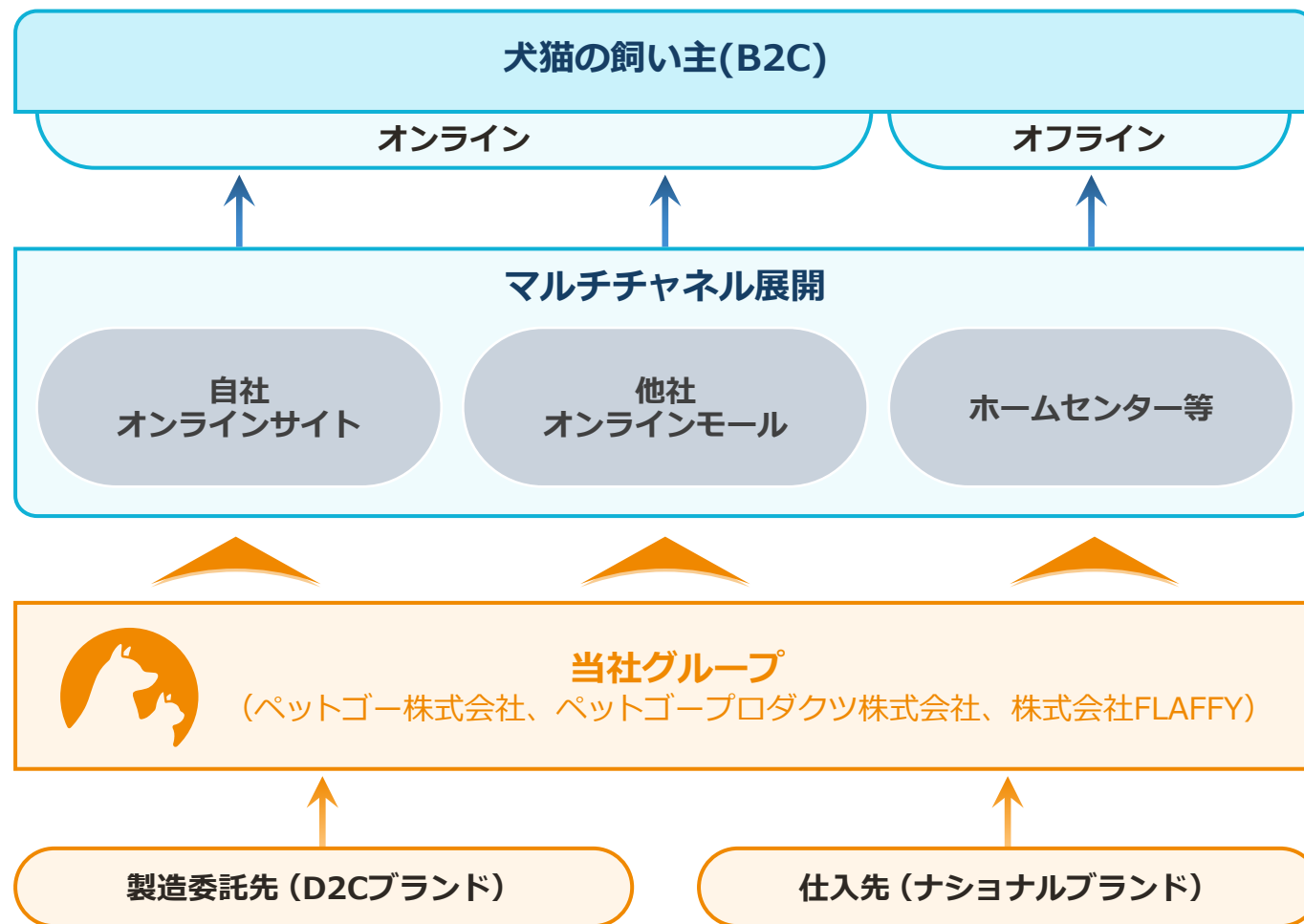
- 2000年 堀総合法律事務所入所
- 2008年 当社社外監査役就任
- 2017年 (株)エディア社外取締役監査等委員就任
- 2019年 当社社外取締役監査等委員就任
- 2019年 (株)ベネフィット・ワン社外取締役監査等委員就任

伊藤 章子 / 取締役（監査等委員）

- 2004年 EY新日本有限責任監査法人入所
- 2015年 当社社外監査役就任
- 2017年 伊藤章子公認会計士・税理士事務所代表就任
- 2019年 ピクシーダストテクノロジーズ(株)社外監査役就任
- 2019年 当社社外取締役監査等委員就任
- 2023年 合同会社アコット代表社員就任
- 2023年 (株)RevComm社外監査役就任
- 2023年 プリモグローバルホールディングス(株)社外取締役監査等委員就任

事業系統図

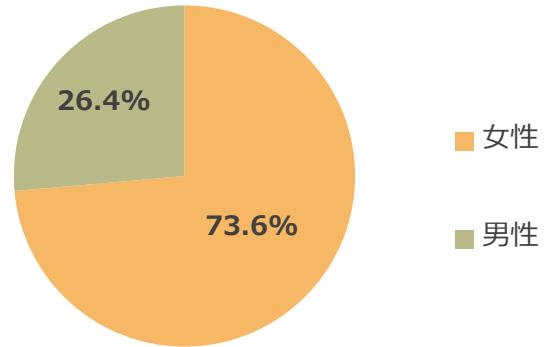
マルチチャネルを通じ、ペットヘルス商材を犬猫の飼い主に提供



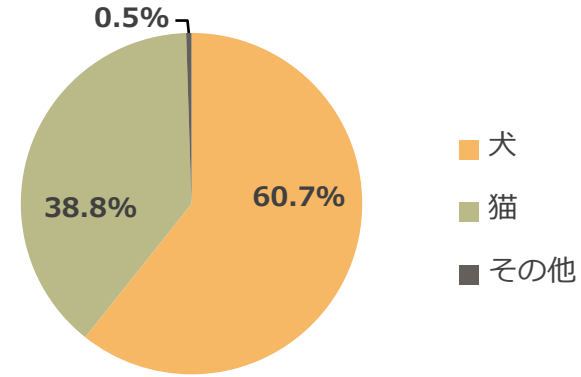
顧客属性

都市部に住む女性の飼い主が、主な顧客セグメント

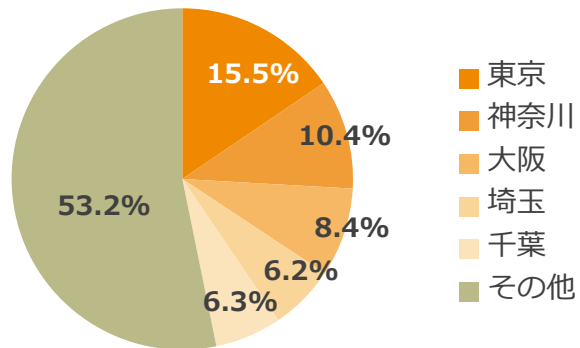
顧客の性別



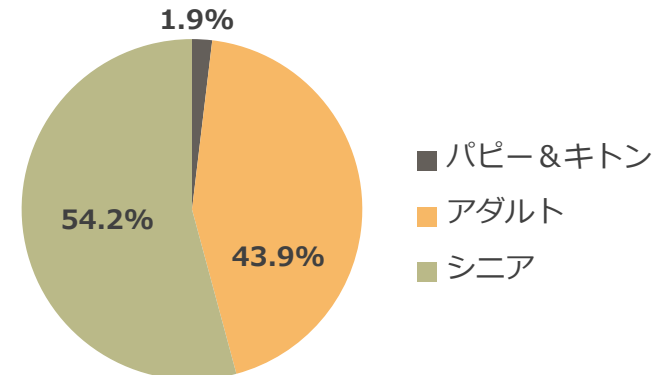
犬猫の比率



顧客の居住地



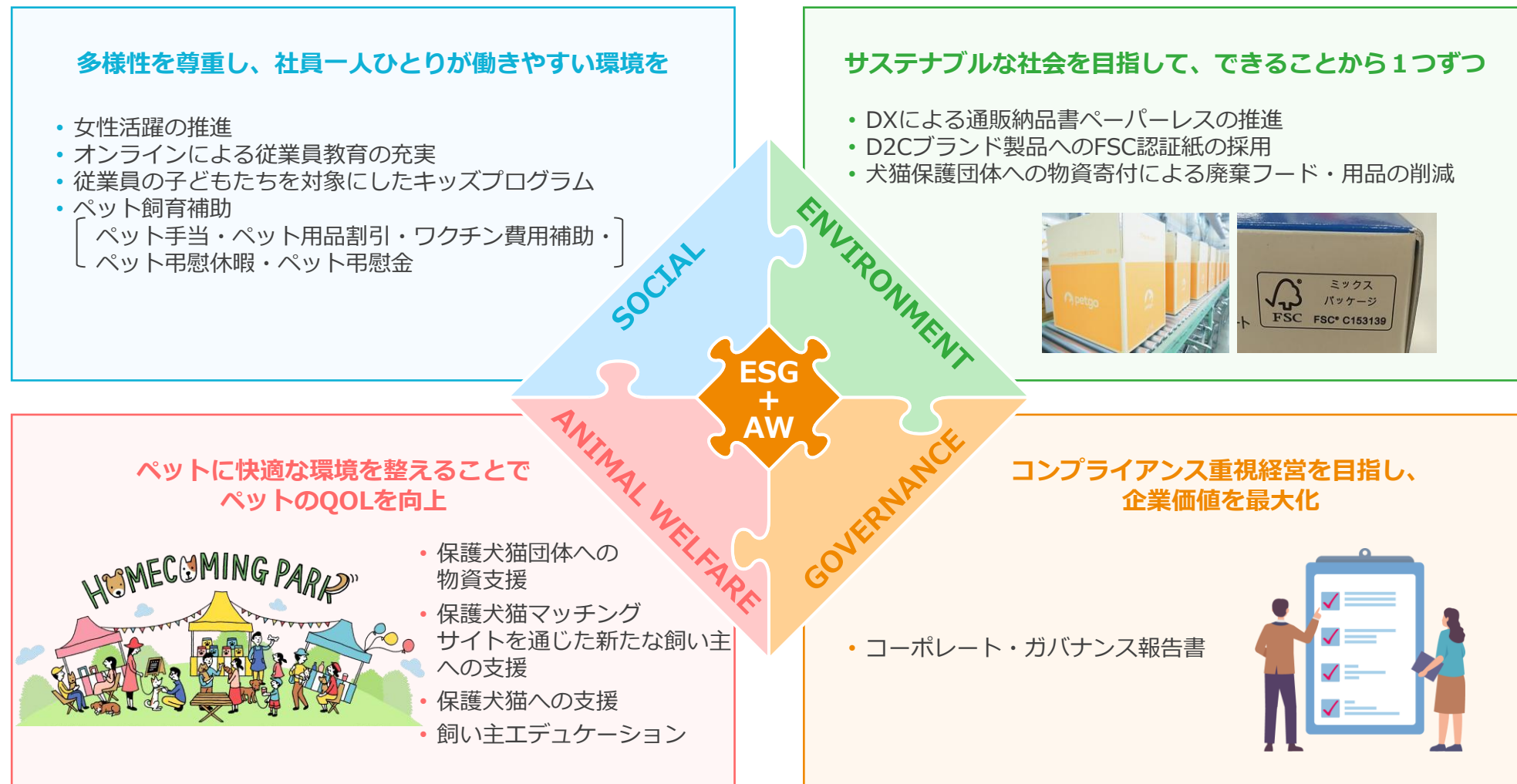
ライフステージ別犬猫比率



出所：当社会員データ（2025年3月時点）

サステナブル経営

ハッピーペットライフ・ハッピーワールドの実現に向け、
動物福祉（Animal welfare）とESGを軸とした経営に注力



保護団体に対する寄付



ペットゴーは、東日本大震災以降、一般社団法人Do One Goodと共同で保護団体への物資支援を行っています。2025年3月期は、計38トンの寄付を行いました。

日本では、年間数万頭の犬や猫が保護施設に収容されており、新しい家族との出会いを待っています。しかし、保護団体の多くは寄付やボランティアに支えられて運営しているため、資金や物資の不足が課題となっています。

今後も保護団体の保護活動を継続的に支援していくことで動物愛護に貢献していきます。



本資料の取扱いについて

- 本資料には、将来の見通しに関する記述が含まれています。これらの記述は、当該記述を作成した時点における情報に基づいて作成されています。これらの記述は、将来の結果を保証するものではなく、リスクや不確実性を内包しております。その結果、将来の実際の業績や財務状況は、将来予測に関する記述によって明示的または暗黙的に示された将来の業績や結果の予測とは大きく異なる可能性があります。
- これらの将来展望に関する表明の中には、様々なリスクや不確実性が内在します。すでに知られたもしくは、未だに知られていないリスク、不確実性その他の要因が、将来の展望に関する表明に含まれる内容と異なる結果を引き起こす可能性があります。
- また、本資料に含まれる当社以外に関する情報は、公開情報等から引用したものであり、かかる情報の正確性、適切性等について当社は何らの検証も行っておらず、またこれを保証するものでもありません。

お問い合わせ先

経営企画部

Email : ir@petgo.co.jp

IR情報 : <https://corp.petgo.jp/ir>

IRメール配信中



Happy pet life , Happy world

